

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту
завідувач кафедри
д.е.н., проф. Козак Ю.Г.
“ ____ ” _____ 2019 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності міжнародна економіка
за темою:

«Удосконалення зовнішньоекономічної діяльності торгово-посередницької фірми
(на прикладі ТОВ «Термопал»)»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 3
спеціальності 6.030503 Міжнародна економіка
Бендяк Анна Віталіївна

Науковий керівник: к.е.н, професор кафедри МЕВ
Козак Юрій Георгійович

АНОТАЦІЯ

Бендяк Анна Віталіївна, «Удосконалення зовнішньоекономічної діяльності торгово-посередницької фірми (на прикладі ТОВ «Термопал»)» випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 6.030503 «Міжнародна економіка», Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

Випускна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – зовнішньоекономічна діяльність торгово-посередницької фірми.

У роботі розглядаються теоретичні основи зовнішньоекономічної діяльності торгово-посередницьких фірм: визначено поняття зовнішньоекономічної посередницької діяльності, досліджено та узагальнено чинники, що впливають на її ефективність, наведено методи оцінювання ефективності ЗЕД торгових посередників.

Проаналізовано чинники, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність ТОВ «Термопал» (за допомогою інструменту SWOT-аналіз), проведено аналіз імпортової діяльності підприємства, проаналізовано показники ефективності імпортової діяльності ТОВ «Термопал».

Запропоновано основні напрями удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Термопал» за рахунок удосконалення маркетингових компонентів, товарної структури, системи лояльності та програмних продуктів.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність підприємства, імпорт, ефективність імпортової діяльності, фактори ефективності імпортової діяльності, торгово-посередники.

ANNOTATION

Bendiak Anna "Improvement of foreign trade activity of the trade and intermediary company (for example, Thermopal LLC)" final work on obtaining an academic bachelor's degree in specialty 6.030503 "International Economics", Odessa National Economic University. - Odessa, 2019.

The final work consists of three sections. The object of research is the foreign economic activity of the trade and intermediary company.

The theoretical bases of foreign trade activity of trade and intermediary firms are considered in the article: the concept of foreign economic intermediary activity is defined, factors influencing its efficiency are investigated and generalized, and methods of estimation of the effectiveness of foreign trade of intermediaries are presented.

The factors influencing the foreign economic activity of Thermopal Ltd (using the SWOT-analysis tool) are analyzed, the analysis of the import activity of the enterprise was carried out, the indicators of the import activity of Thermopal LLC were analyzed.

The main directions of improvement of foreign economic activity of Thermopal LLC are offered, due to the improvement of marketing components, product structure, loyalty system and software products.

Key words: foreign economic activity of the enterprise, import, efficiency of import activity, factors of the efficiency of import activity, trade intermediaries.

ЗМІСТ

	Стор.
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВО- ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ФІРМ	6
1.1. Сутність та форми зовнішньоекономічної діяльності посередницьких фірм	6
1.2. Фактори впливу на вибір торгового посередника при виході фірми на зовнішні ринки	15
1.3. Методика оцінки посередницької діяльності фірми у зовнішньоекономічній діяльності.....	20
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ФІРМИ ТОВ «ТЕРМОПАЛ»	32
2.1. Характеристика ТОВ «Термопал» як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності	32
2.2. Маркетинговий аналіз зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Термопал»	39
2.3. Оцінка ефективності посередницької діяльності ТОВ «Термопал» на зовнішньому ринку	47
Висновки до розділу 2.....	50
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВО-ПОСЕРЕДНИЦЬКОЇ ФІРМИ ТОВ «ТЕРМОПАЛ».....	52
3.1. Удосконалення маркетингових компонентів у ЗЕД ТОВ «Термопал».....	52
3.2. Оптимізація бізнес-процесів імпортової діяльності у ЗЕД ТОВ «Термопал»	58
Висновки до розділу 3.....	63
ВИСНОВКИ.....	64
Список літературних джерел.....	67

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах інтернаціоналізації та глобалізації світової торгівлі особливий інтерес викликає діяльність торгових посередників. Торгове посередництво у наші часи стає невід'ємною частиною зовнішньоекономічної діяльності. Саме через широкий спектр послуг які виконують торгові посередники, має значення розібратися у сутності їх діяльності, класифікувати їх та проаналізувати які функції виконують торгові посередники.

Питання сутності та видів посередників у зовнішньоекономічній діяльності, оцінки обсягу наданих повноважень, ефективності їх діяльності, правове підґрунтя співробітництва досліджувались в роботах І. Н. Герчікової, Ю. Г. Козак, Б. І. Синецкий, М. І. Дідківського, О. Пшик-Ковальська, А. Р. Дунської, О. А. Біловодська, Ю. Г. Орзіха, Л. М. Римаревої, П. М. Рубанова, В. В. Сабадаш та ін. Значна увага в працях вищезгаданих фахівців приділена необхідності залучення посередників при здійсненні певних торгових операцій на зовнішньому ринку.

Не зважаючи на те, що тема посередницької діяльності у зовнішньоекономічній діяльності була досліджена багатьма науковцями з розвитком світового ринку питання по удосконаленню діяльності торгових посередників залишається відкритим.

Метою роботи є дослідження теоретико-методологічних основ торгових посередників на зовнішніх ринках та удосконалення їх діяльності на прикладі ТОВ «Термопал».

Завдання роботи:

- визначити зміст терміну «посередництво», розібрати типи посередників та фактори які впливають на виборі того чи іншого виду посередника;
- розкрити функції торгових посередників та важливість використання їх послуг;
- визначити методику оцінки посередницької діяльності фірми у зовнішньоекономічній діяльності;
- здійснити аналіз ЗЕД підприємства ТОВ «Термопал»;

- розглянути ефективність експортно-імпортних операцій ТОВ «Термопал»;
- надати SWOT-аналіз компанії;
- визначити маркетингові інструменти стимулювання збуту ТОВ «Термопал»;
- розрахувати показник ефективності посередницької діяльності ТОВ «Термопал»;
- визначити шляхи удосконалення маркетингових компонентів у зовнішньоекономічній діяльності ТОВ «Термопал»;
- надати поради щодо оптимізації імпортової діяльності ТОВ «Термопал».

Об'єктом дослідження виступають процеси здійснення зовнішньоекономічної діяльності торгово-посередницької фірми ТОВ «Термопал» та умови удосконалення діяльності підприємства на зовнішніх ринках.

Предметом дослідження є теоретичні аспекти та практичні рішення щодо удосконалення зовнішньоекономічної діяльності торгово-посередницьких фірм.

Вихідними даними для розкриття даної теми були використані підручники, матеріали періодичного видання, іноземні інтернет-ресурси, звіти підприємства та його внутрішня документація, що були узагальнені для отримання необхідної інформації.

При виконанні роботи були використані наступні загально-наукові методи як: аналіз та синтез, метод класифікації, графічний та табличні методи.

Практичне значення результатів полягає у наданні рекомендацій щодо удосконалення зовнішньоекономічної діяльності торгово-посередницької фірми ТОВ «Термопал».

За результатами виконання випускної роботи бакалавра опубліковано одну наукову статтю: Бендяк А. В., Козак Ю. Г. Теоретичні аспекти діяльності торгових посередників на зовнішніх ринках / Бендяк А. В., Ю. Г. Козак // Матеріали студентської науково-практичної конференції «Минуле, Сучасне, Майбутнє», Випуск 9 (м. Одеса, 9 квітня 2019 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2019. – С. 232-239.

Структура роботи: дипломна робота містить 73 сторінки, складається зі вступу, трьох розділів, висновку та списку використаної літератури.

ВИСНОВКИ

Підводячи підсумки даної роботи можна зробити висновок про те, що торгові посередники відіграють важливу роль у торговому обороті, а їх грамотне використання дозволяє економити час, кошти та підвищує ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

Використання інструменту посередництва особливо важливо для вітчизняних промислових і комерційних структур, переважна частина яких в силу специфіки своєї діяльності та необхідності великих капіталовкладень не готові поки до створення власної збутової мережі за кордоном. Особливо незамінні торгові посередники для тих вітчизняних організацій, які вперше виходять на зовнішній ринок або ж недавно почали його освоєння.

Досвід використання зарубіжних торгових посередників саме на часі для вітчизняних комерційних структур не тільки при експорті ними товарів на зовнішні ринки. Напрацьовані тривалі зарубіжною практикою норми, правила і схеми взаємодії в цій області можуть бути творчо використані вітчизняними імпортерами, які здійснюють збут іноземних товарів. В першу чергу це відноситься до принципів побудови товаропровідної мережі, правових і комерційних взаємовідносин юридичних та приватних осіб, задіяних в реалізації імпорتنих товарів.

В результаті дослідження в першому розділі були досліджені теоретичні аспекти щодо посередницької діяльності. Було визначено підходи різних авторів щодо змісту терміну «посередництво» - це пропонування послуги на професійній основі щодо поєднання попиту і пропозиції на капітал фірмам, громадянам, урядам і функціонують в певному правовому і податковому просторі.

Також були наведені види посередників, внутрішні та зовнішні економічні фактори впливу при виборі торгового посередника. Було порушено питання функцій торгових посередників при виході компанії на зовнішній ринок.

Розглянуто методичні підходи щодо оцінювання посередницької діяльності фірми у зовнішньоекономічній діяльності.

Другий розділ було присвячено аналізу зовнішньоекономічної діяльності торгово-посередницької фірми на прикладі ТОВ «Термопал».

ТОВ «Термопал» являється торговим посередником у меблевій галузі. Діяльність компанії зосереджена на імпортній діяльності, яка займає більш ніж 80% прибутку компанії.

Дана компанія займається імпортом декоративних матеріалів, штучного каміння, фурнітури, пакувальних матеріалів, дерев'яного покриття та декоративного пластику для українських меблевих виробництв.

ТОВ «Термопал» займають велику частку ринку за основними напрямками, а саме постачання плівок ПВХ, штучного каменю, клейових матеріалів, фурнітури, кромки ПВХ.

Розраховано динаміку показників ефекту та ефективності компанії, та виходячи з цих даних, ми можемо побачити, що чистий прибуток від реалізації у 2018 році по відношенню до 2016 року збільшився на 38,23%, у грошовому еквіваленті це склало 44 127 тис. грн. з кожним роком ТОВ «Термопал» розвиває свої ділові зв'язки, та укладає контракти з новими закордонними компаніями. На 2018 рік кількість країн-партнерів склала 9 одиниць.

Було виявлено сильні та слабкі сторони компанії, а також звернута увага на загрози та можливості у SWOT-аналізі.

Проаналізовано та зроблено висновки, що показники прибутковості підприємства мають негативну динаміку, так як за період 2016-2018 років рентабельність продукції знизилась на 0,36%.

У третьому розділі даної роботи були приведені шляхи удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Термопал» серед яких є участь компанії у різноманітних семінарах та виставках у меблевій галузі для підвищення кваліфікації, отримання досвіду та інформації щодо новітніх технологій. Також потрібно удосконалити систему лояльності та приділити увагу розширення товарного асортименту продукції.

Виявлено, що однією із головних ланок ефективної діяльності підприємства є налагодження логістики за допомогою систем управління матеріальними потоками.

Запропоновано SEO-оптимізація сайту.

Рекомендацією для оптимізації діяльності ТОВ «Термопал» є більш активна інтеграція у мережу Інтернет, тобто прийняття участі у електронних торгах, для розширення клієнтської бази на території України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. . Акулич, И.Л.. Международный маркетинг : учеб. пособие / И.Л. Акулич. // Мн. : Выш. шк., 2006. - 544 с.
2. Балабанова Л.В. Оптовая торговля: Маркетинг и коммерция / Л.В. Балабанова. – М.: Экономика, 1990. – 207 с.
3. Биків І. А. Формування дилерської мережі в багаторівній системі збуту : Дис. канд. екон. наук: 08.00.05 . – М.: РГБ, 2003 (из фондов Российской Государственной библиотеки).
4. Біловодська, О.А. Маркетинг торгово-посередницьких послуг та комерційна діяльність : конспект лекцій для студ. спец. 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність" (спеціалізація "Біржова діяльність") денної форми навчання / О.А. Біловодська, Л. О. Сигида. - Суми: СумДУ, 2017. - 202 с.
5. . Гарада В. Г. Зміст і напрямки застосування логістичних концепцій у логістичному менеджменті / В. Г. Гарада, Н. Г. Міценко, І. П. Міщук // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. - 2015. - Вип. 48. - С. 127-131. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2015_48_24
6. Горгельс Л. Некоторые вопросы управления каналами распределения(дистрибуции) / Л. Горгельс, Э. Марин, Ч. Уэст // Управление продажами. – 2004. – № 4 – С. 42–54.
7. Гранкіна Н. А. Оценка деятельности посредника при экспорте продукции предприятия / Н. А. Гранкіна, Е. В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 6.
8. . Гусев С.А. Логистические подходы к организации производства/ С. А. Гусев, Д. А. Красникова, В. В. Лозовая // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/logisticheskie-podhody-k-organizatsii-proizvodstva>

9. Дима О. О. Аналіз тенденцій у розвитку посередницьких організацій / О. О. Дима // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2014. - №4 (75). – С. 72-82.
10. Дроздов П. А. Логистика в АПК / П. А. Дроздов. – Мн. : Изд-во Гревцова, 2013. – 224 с.
11. Ігнашин Ю. Н. Формування дилерської мережі виробничо-підприємницької структури : дис. канд. екон. наук: 08.00.05. – М.: РГБ, 2005 (из фондов Российской Государственной библиотеки).
12. . Казарян Г. Г. Оцінка ефективності посередницьких операцій (агентських відносин) / Г.Г. Казарян// ВІСНИК ЖДТУ. – 2012. - № 2 (60). – С.40-42.
13. Квач Я. П. / Види посередників у зовнішньоекономічній діяльності теоретичні аспекти / Я. П. Квач, О. Г Борисов, К. Н. Лопатко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2014. - №1 (72). – С. 33-39.
14. . Козак Ю. Г. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник / за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.А. Зайця. – 4-те вид., перероб. та доп. – К.: Освіта України, 2012. – 272 с.
15. Козак Ю. Г. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях підруч. / Ю. Г. Козак. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 228 с.
16. Козак Ю. Г. Міжнародна торгівля : підручник для внз / за ред.: Ю. Г. Козака, Т. Спорєка, Е. Молендовського ; М-во освіти і науки України, Одес. нац. економ. ун-т, Економ. ун-т у Катовіцах, Економ. ун-т у Кракові ; [авт.: Ю. Г. Козак та ін.]. - Вид. 5-те, перероб. та доп. - К. ; Катовіце ; Краков : Центр учб. літ., 2015. - 274 с. : табл., схеми. - Дод. тит. л. пол. - Бібліогр.: с. 270-272.
17. Козик В. В. Зовнішньоекономічні операції і контракти / В. В. Козик, Л. А. Панкова, Я. С. Карп'як, О. Ю. Григор'єв, А. О. Босак // Навч. посіб. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 608 с
18. . Мала українсько-російська енциклопедія з податків. — К.: Вища школа, 2000. — 56 с.

19. Малецкая І. П. Аналіз експортно-імпортних операцій комерційних організацій / І. П. Малецька // канд. Ек. Наук 08.00.12. – 2005. – 37 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economy-lib.com/analiz-eksportno-importnyh-operatsiy-kommercheskih-organizatsiy>
20. Мартышенко Н.С. Профессиональный этикет и протокол / Н. С. Мартышенко // учебное пособие. – Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2013. – 244 с.
21. Нехорошев К. В. Роль посредников в организации внешнеэкономической деятельности / К. В. Нехорошев // Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет. – 2013. – 25 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://otherreferats.allbest.ru/international/00355104_0.html
22. Нуралиев С.У., Нуралиева Д.С. - М.:Дашков и К, 2018. - 362 с.: - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://znanium.com/catalog/product/415135>
23. Офіційний веб-сайт «Бізнес-Гід» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://btsmebel.business-guide.com.ua/>
24. Офіційний веб-сайт «Гордон» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://gordonua.com/ukr/news/business/-meblevij-biznes-v-ukrajini-osoblivosti-natsionalnogo-rinku-196595.html>
25. Офіційний веб-сайт мережі торгових центрів «Епіцентр» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://epicentrk.ua/>
26. Офіційний веб-сайт ТзОВ “Мебель-Сервіс” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mebelservice.com/about-2/>
27. Офіційний веб-сайт ТОВ «Свиспан Лімітед» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://atiss.com.ua/content/materialy.html>
28. Офіційний веб-сайт ТОВ «Термопал» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.termopal.ua/ua/kompaniya/>
29. Офіційний веб-сайт торгової марки «BLACK RED WHITE» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.brw-kiev.com.ua/>

30. Офіційна сторінка «WikiGrowth» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://wikigrowth.ru/gizn/seminar/>
31. Офіційна сторінка Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
32. Офіційна сторінка календаря виставок 2019 «World Expo» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://worldexpo.pro/sector/mebel-interer-dekor>
33. Офіційна сторінка Київського міжнародного меблевого форуму «Kiff» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kiff.kiev.ua/uk/kiff/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D0%B3%D0%B8%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%96.html>
34. Офіційна сторінка компанії «Пак-Трейд» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pack-tradesk.com.ua/o-nas/#>
35. Офіційна сторінка компанії «Пластікс-Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://plastics.ua/ua/company/about.html>
36. Офіційна сторінка компанії «Експоцентр» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.expocentr.ru/ru/exhibitions/>
37. Офіційна сторінка компанії «Dinect» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dinct.com/resources/loyaltytrends>
38. Офіційна сторінка компанії «Logistic Systems» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://logsystems.ru/>
39. Офіційна сторінка компанії «Netpeak» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://netpeak.ua/services/seo/>
40. Офіційна сторінка ТОВ «Грейд» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.grade.biz.ua/kontaktyi>
41. Пшик-Ковальська О. Чинники впливу на планування зовнішньоекономічної діяльності / О. Пшик-Ковальська, Х. Передало // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – № 22.8. – С. 296–301.

42. Рум'янцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність / А. П. Рум'янцев, Н. С. Рум'янцева, // Навчальний посібник, М-во освіти і науки України. -К.: Центр навчальної літератури.- 2004. - 375 с.
43. Рясенцев В. Представительство в советском гражданском праве : дисс. канд. юрид. наук : спец. 12.00.03 «Гражданское право, предпринимательское право, семейное право, международное частное право» / В. Рясенцев. – М., 1961. – С. 21–35
44. Резнікова В. В. Економічна сутність посередництва / В. В. Резнікова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4. – Т. 3. – С. 228-233.
45. Сабадаш В. В. Зовнішньоекономічна діяльність / В. В. Сабадаш, С. А. Петровська. – Суми: Сумський державний університет, 2013. – 118 с.
46. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности. Учеб. пособие. — М.: Юристъ, 2000. — 654 с.
47. Стадніченко В. В. Аналіз методів оцінювання господарської діяльності партнерів зі збуту / В. В. Стадніченко // Економічний вісник НТУУ «КПІ» : збірник наукових праць. – 2009. – № 6. – С. 306–317. – Бібліогр.: 10 назв.
48. Стровский Л.Е. Внешнеэкономическая деятельность./ Л. Е. Стровский // «Академия», 2013. - 304 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=555276>
49. Трішкана. Н. І. / Сутність посередницької діяльності торговельного підприємства та її місце в соціально-економічному розвитку України / Н. І. Трішкіна // Економіка управління підприємствами. – 2016. - № 10 – С. 146–149.
50. Трішкана. Н. І. / Шляхи удосконалення торгово-посередницької діяльності в Україні / Н. І. Трішкіна // Економіка управління підприємствами. – 2016. - № 2 – С. 209–213.

51. Тянупин А. П. / Классификация торговых посредников и варианты их использования в цепях поставок / А. П. Тяпухин, О. А. Тяпухина // Управленческое консультирование. – 2015. - № 4 – С. 95-106.

52. Фатенок-Ткачук А. Аналізування факторів впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств / А. Фатенок-Ткачук // Наукові праці КНТУ. Серія «Економічні науки». – 2010. –№ 17. – С. 23–29.

53. Цьомик Ю. Удосконалення зовнішньоекономічної діяльності агропромислового комплексу : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.07.02 «Економіка сільського господарства та АПК» / Ю. Цьомик. – Сімфе-рополь, 2006. – 23 с.

54. Шкардун В. Д. Формирование и оптимизация сбытовой сети – основа сбытовой политики предприятия / В. Д. Шкардун, С. А. Стерхова // Управление продажами. – 2001. – № 4. – С. 349-351.

55. Шостак Л. В. Оцінка оптимального вибору системи управління матеріальними потоками на вітчизняному підприємстві / Л. В. Шостак // Моделювання регіональної економіки. - 2014. - № 1. - С. 51-56. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Modre_2014_1_7

56. Янивец А. А. Анализ и моделирование в системе управления дилерской сетью: на примере предприятия оптовой торговли: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.13. – М.: РГБ, 2003 (из фондов Российской Государственной библиотеки).

57. [Electronic source] Study.com - Business 102: Principles of Marketing - Access: <https://study.com/academy/lesson/channel-intermediaries-definition-and-function-in-business.html>

58. [Electronic source] – University of Gothenburg. School of business,economics and law. Intermediaries in international Trade. – Access: https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/36604/1/gupea_2077_36604_1.pdf

59. [Electronic source] eNotes / What is the importance of marketing intermediaries in modern marketing? – Access: <https://www.enotes.com/homework-help/what-importance-marketing-intermediaries-modern-706946>
60. [Electronic source] Lumen Learning/ Introduction to Business/ - Access: <https://courses.lumenlearning.com/wmopen-introbusiness/chapter/place-distribution-channels/>
61. Kumar N. «Assessing Reseller Performance From the Perspective of the Supplier» [Electronic source] / N. Kumar, L. W. Stern, R. S. Achrol // Journal of Marketing Research. – 1992. - P. 238–253. - Access: https://ink.library.smu.edu.sg/cgi/viewcontent.cgi?article=6177&context=lkcsb_research